

Cadena de valor de la industria audiovisual



Lic. Alex Lossada

*Segura Director General de Segura-Galtés Estrategia Audiovisual y Excebiel
Entertainment*

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo Año V – Nº 25 – Noviembre 2012 – ISSN 1851-6610

La industria audiovisual ha adquirido actualmente una gran complejidad con la diversificación de la oferta televisiva, Internet y el desarrollo de productos y servicios audiovisuales para la telefonía móvil. Sin embargo, podemos observar que todavía el modelo de fabricación del producto, distribución, exhibición y consumo sigue el esquema clásico establecido por la industria cinematográfica.

El audiovisual es un sector complejo en el que no siempre se alcanzan acuerdos satisfactorios para todos. Sintéticamente, podemos resumirlo de la siguiente manera:

a) Sector producción. Es el conjunto de agentes que fabrican el producto audiovisual. Incluye a los creativos (autores) y a la industria auxiliar (empresas de servicios), como laboratorios, estudios de grabación, salas de doblaje y sonorización, empresas de alquiler de equipos, etc., que brindan sus servicios para una empresa productora.

b) La empresa productora. Es el auténtico motor de producción, sin la cual no existiría el producto cinematográfico.

1. Asume la labor de promoción y financiación directa de producciones cinematográficas, y por tanto recae sobre ella, en primera instancia, el riesgo empresarial de la producción.

2. Orienta y organiza, en primera línea, los oportunos procesos de producción.

3. Posee siempre la titularidad de los derechos de explotación comercial de las películas, que -para tiempos y territorios determinados a la distribuidora mediante venta firme o porcentaje (dar la película a distribución).

c) Sector distribución. Si bien la distribución se ha diversificado, en los últimos tiempos, se mantienen los aspectos clave que caracterizan a las clásicas empresas de distribución. d) La empresa distribuidora.

1. Ejerce la labor de intermediación comercial.

2. Puede contribuir a la financiación de la película mediante adelantos garantizados de distribución.

3. Puede condicionar la orientación del filme al financiar anticipadamente, lo que en la Argentina es muy poco habitual.

4. Contribuye a la concesión de créditos bancarios o al logro de financiamiento mediante el compromiso de distribución (sin anticipos).

5. Asume los costos de copias de explotación y de la publicidad del lanzamiento (sin anticipos).

6. Comercia con los exhibidores la difusión masiva del producto.

e) Sector exhibición. Al igual que la distribución -e incluso en mayor medida-, la exhibición se diversifica enormemente. Sin embargo, son las salas de exhibición cinematográficas, en primera instancia, el primer punto de exhibición de la mayoría de las películas con cierta entidad.

f) La empresa exhibidora

1. Hace posible el consumo mediante la disposición de salas equipadas de exhibición (riesgo empresarial).

2. Interpreta, en primera instancia, los gustos y deseos del público.

3. Adquiere la cesión de derechos a tanto alzado o a porcentaje; esta última es la modalidad más utilizada en nuestro país.

